

Peut-on parler sans manipuler ?

par Jean DAVID

La plus brève et la plus générale des définitions du verbe « manipuler » que j'aie trouvée dans les dictionnaires consultés est celle du Dictionnaire historique de la langue française d'Alain Rey : « *influencer quelqu'un à son insu* ». La définition est brève, elle n'est pas si limpide que ça pour autant. Elle pourrait s'appliquer en effet à l'influence sous hypnose. Tenons-nous en donc à une communication entre sujets conscients. Cette limite étant posée, le complément de manière « *à son insu* » demande à être lui aussi défini plus précisément. Cette précision nous est fournie par la comparaison avec les verbes « *convaincre* » et « *persuader* », l'un parlant plutôt à la raison, l'autre aux sentiments selon les puristes. L'élément commun de leur définition est « *influencer quelqu'un en lui disant dans quel but on le fait* ». On essaye de « *convaincre quelqu'un de sa bonne foi* », on essaye de « *persuader quelqu'un de ne pas sauter dans le vide* ». C'est cette indication du but qui manque dans « *manipuler* ». Plutôt que de dire avec le dictionnaire d'Alain Rey que « *manipuler* », c'est « *influencer quelqu'un à son insu* », je préférerais dire de façon plus développée que c'est « *amener quelqu'un à avoir une opinion ou à faire une action sans lui dire dans quel but* ».

Amener quelqu'un à penser ou à faire quelque chose qu'on ne nomme pas ne peut se faire que par la voie de messages implicites. Ces messages peuvent être non verbaux. Qu'on pense par exemple aux mimiques de très jeunes enfants qui nous font fondre, comme on dit. Sous la casquette de linguiste honoraire que je porte aujourd'hui, je dois m'en tenir aux messages verbaux et mon propos va être d'essayer de vous faire toucher du doigt que le langage est intrinsèquement un outil de manipulation, parce qu'il est un vecteur d'implicite. Dans tout message, il y a du non-dit et c'est par le canal de non-dit qu'on exerce, consciemment ou non, volontairement ou non, une influence à laquelle peut s'appliquer le nom de manipulation dans des conditions sur lesquelles nous aurons à nous interroger dans la dernière partie de cette communication.

On ne peut pas dire que ce soit dans le domaine de l'étude de l'implicite du langage que la linguistique ait produit ses analyses les plus limpides. On

lui doit toutefois des notions aux contours certes flous mais utiles pour mettre en lumière certains aspects de cette face dissimulée du langage. Je retiendrai ici deux de ces notions, celle de connotation et celle d'acte de langage indirect, qui peuvent nous aider à cerner quelques mécanismes de la manipulation.

La notion de « connotation » fait partie de notre culture générale avec le statut de concept flou dont il est plus facile de dire ce qu'il n'est pas que ce qu'il contient exactement. On dira ainsi que la connotation d'un mot ou d'une expression, c'est tout ce qui est associé à ce mot ou à cette expression en plus – c'est-à-dire en dehors – de leur définition stricte. La définition stricte, on la trouve dans le dictionnaire ; les connotations, elles sont dans l'esprit des locuteurs et elles peuvent être de natures fort diverses. Ce peuvent être des images, ce peuvent être des sentiments. Au mot « *mer* », on peut associer la plage, la tempête, la couleur des flots et bien d'autres images encore. Pour certaines personnes, « *melon* » est associé à « *regal* » et pour d'autres à « *goût écœurant* ».

Les sentiments relèvent de l'affectivité, c'est une lapalissade. En matière de connotation, c'est aussi le cas des images : Si j'associe à l'image de la mer celle de mal de mer, j'exprime une répulsion, si je lui associe l'image de la baignade, j'exprime une attirance.

L'intérêt de cette unification est de rendre attentif à une propriété des connotations, qui est leur variabilité. Les sentiments connaissent des degrés et peuvent même s'inverser. Il en va de même des connotations. Un exemple que je trouve parlant est celui de l'évaluation changeante d'un type de connotation bien connu, qui est celui des niveaux de langue.

Tout comme celle de connotation, la notion de niveau de langue fait partie de notre culture générale. Nous savons que pour parler d'une inondation, nous pouvons décrire la « *montée des flots* », la « *montée de l'eau* » ou la « *montée de la flotte* », en allant du niveau soutenu au niveau familier. Ce qui est intéressant pour notre propos, c'est que le jeu avec les registres met en lumière la variabilité des sentiments qui leur sont associés. Prenons l'exemple de « *la bagnole* », désignation familière ou vulgaire, comme on voudra, de la voiture. Si je dis « *cette voiture est encore en panne* », je fais une constatation. Si je dis « *Cette bagnole est encore en panne* », j'exprime mon ressentiment vis-à-vis de ce véhicule pas fiable. Je le rejette. Mais si devant une voiture très belle et très chère, je dis « *Ça, c'est une belle bagnole* », j'établis avec ce véhicule une familiarité qui ne se vérifiera jamais dans la réalité. Je m'en rapproche. Ce que cette comparaison fait apparaître, c'est que la connotation attachée à un mot est une variable qui se déplace sur un axe qui va du bon au mauvais, de l'attirant au repoussant. Les connotations sont donc ce qu'on appelle des valeurs, qui peuvent varier en plus ou en moins. Nous verrons que jouer sur les connotations est un aspect important de la communication, qu'elle soit considérée comme manipulatrice ou non.

Peut-on parler sans manipuler ?

Le second aspect de l'implicite du langage dont je voudrais esquisser maintenant le fonctionnement est l'existence de ce qu'on appelle les actes de langage indirects. Ça, c'est une notion beaucoup plus technique qui appelle donc une description plus développée.

L'expression présuppose qu'il y a aussi des actes de langage directs. Commençons donc par eux. Une propriété tellement répandue qu'on la croit universelle des énoncés que nous prononçons est qu'on peut les nier : « *Il est coupable* » – « *C'est vrai/ C'est faux* » « *Le climat se réchauffe* » – « *C'est vrai/ C'est faux* ». Mais il y a des énoncés qu'on ne peut pas nier : « *La cour vous condamne à n années de prison* », c'est un jugement dont on peut faire appel, mais on ne peut pas nier la condamnation. On peut dire que la condamnation est juste ou injuste ; on ne peut pas dire qu'elle est fausse. Ces énoncés sont comparables à des actions. Quand on donne une gifle à un garnement, on peut dire que c'est bien fait ou que c'est injuste, mais la gifle, il l'a bien reçue. Ces énoncés à caractère d'actions sont appelés « actes de langage ». Leur caractère commun est de viser explicitement à avoir une action, un effet sur l'interlocuteur. On l'envoie en prison quand on le condamne, on lui donne un nom quand on le baptise, on essaie de le faire taire en lui ordonnant de se taire, etc.

Dans des énoncés tels que « *je te baptise...* », « *Le Tribunal vous condamne à...* », l'acte de langage, l'action sur le récepteur est explicite. Ce n'est pas le cas de tous les actes de langage. Prenons comme exemple « *Pourriez-vous fermer la fenêtre ?* ». La personne à qui vous dites cela vous surprendrait si elle vous disait « *Oui* » ou « *Non* ». Le plus vraisemblable est qu'elle aura compris que c'est une requête et qu'elle ira fermer la fenêtre. Dans cet énoncé, le récepteur aura perçu deux messages : d'une part un message explicite en forme de question, c'est ce qu'on appelle le sens littéral de l'énoncé ; d'autre part un message implicite exprimant une requête, qu'on appelle le sens dérivé de l'énoncé. La requête est un acte de langage. Du fait de son caractère dérivé, on dira que c'est un acte de langage indirect.

Pour implicite qu'il soit dans l'énoncé que nous avons pris comme exemple, l'acte de langage n'en montre pas moins le bout de son nez. Tout francophone comprend que ce « *Pourriez-vous... ?* » introduit une requête. C'est ce qu'on appelle un acte de langage indirect conventionnel. Mais il y a des actes de langage indirects mieux dissimulés. La requête « *Pourriez-vous fermer la fenêtre, s'il vous plaît ?* » présuppose que la fenêtre est ouverte. Cette présupposition peut à son tour être prise pour support d'un acte de langage indirect. Sauf si je suis un policier reconstituant le parcours du voleur, je ne dirai jamais « *La fenêtre est ouverte* » simplement pour constater qu'elle est ouverte. Je prononcerai cette phrase à allure de constatation dans une situation qui me fait souhaiter qu'on ferme la fenêtre, parce qu'il y a des courants d'air, parce qu'il fait froid, que sais-je encore. Et le récepteur comprendra qu'il s'agit d'une requête et fera l'action que je souhaite.

Le récepteur le fait parce que, comme tout un chacun, il sait que je ne dis pas « *La fenêtre est ouverte* » pour le plaisir de dire « *La fenêtre est ouverte* ». Dans chaque message donc, il est plus ou moins à l'écoute du sens dérivé qu'on peut inférer du sens littéral. De proche en proche, on en vient ainsi à généraliser la notion d'acte de langage indirect en attribuant à tout énoncé un pouvoir d'action sur l'auditeur, ce qu'on appelle une force illocutoire dans le jargon des linguistes. Dès lors que tout énoncé est vu comme l'association d'un sens littéral et d'un sens dérivé destiné à agir sur l'interlocuteur, la question se pose de savoir s'il est possible d'assigner un domaine propre à la manipulation dans l'océan des énoncés possibles.

Faisant l'hypothèse qu'il existe bien un domaine de la manipulation, les sciences sociales ont élaboré des grilles d'analyse des techniques mises en œuvre à son service. Ces grilles sont nombreuses et diverses. Pour les besoins de mon propos, je m'en tiendrai à la plus simple, et dans ce cadre limité, je me bornerai à évoquer l'usage qu'on peut faire des deux mécanismes linguistiques que j'ai décrits, les connotations et les actes de langage indirects. Dévoilant tout de suite ce qui sera ma conclusion provisoire, je dirai que je ne trouve rien dans ces analyses qui permette de trier ce qui est manipulation et ce qui ne l'est pas.

Cette grille simplifiée d'analyse des techniques de propagande et de publicité retient ce qu'elle appelle quatre leviers d'action sur le récepteur : le levier d'adhésion, le levier de rejet, le levier d'autorité et le levier de conformité.

Le levier d'adhésion consiste à faire trouver bon une idée, une personne ou un parti en l'associant à des mots ou des symboles positifs. Le levier de rejet est l'inverse du précédent. Il fait appel à des symboles du mal ou à des valeurs détestées.

Nous voyons immédiatement que fondamentalement, ces deux leviers se servent des connotations. Ils font usage de connotations existantes ou bien ils exploitent la variabilité des connotations pour changer un mot étiqueté « bon » en un mot étiqueté « mauvais » ou l'inverse. À titre d'exemple d'utilisation de connotation positive par le levier d'adhésion, on relèvera que le label « parti du progrès » est utilisé dans de nombreux pays alors que personne n'a jamais eu l'idée de fonder un « parti de la régression ». Dans le domaine de la publicité, les noms donnés aux parfums n'évoquent pas précisément des réalités repoussantes. Dans la liste des parfums les plus vendus en 2009, on trouve « J'adore », « Angel » et « Flower ». Le levier de rejet quant à lui, dispose d'un stock de noms péjoratifs, par exemple pour désigner les citoyens des autres nations. N'oublions pas qu'avant de devenir nos « Amis allemands », nos voisins ont été longtemps plus connus sous le nom de « Boches ». Pour ce qui est maintenant des inversions de connotations, le mot « libéral », salué par

Peut-on parler sans manipuler ?

beaucoup dans le domaine des mœurs, est honni par les mêmes dans le domaine de l' économie et l'inversion de connotation est marquée par le préfixe « ultra- » dans « ultralibéral ».

Que venons-nous de faire ? À la recherche de l'utilisation de l'implicite dans le langage, nous nous sommes intéressés à certains emplois de la variabilité des connotations que font la propagande et la publicité. C'est la lecture d'une grille d'analyse des techniques de manipulation qui nous a amenés à le faire. Nous avons donc implicitement admis que ce que nous venons de décrire relève de la manipulation. Or force est de constater qu'il n'y a rien de ce que nous venons de décrire qui ne soit monnaie courante dans la communication quotidienne. Notre vocabulaire regorge de noms affectueux pour les membres de la famille et pour les amis. À l'inverse, Jacques Brel nous a bien fait entendre que dire « ces gens-là » a une forte connotation négative. Et la langue familière est riche en mots péjoratifs pour désigner les trucs et les machins récalcitrants. En tant que parents ou enseignants, nous enrichissons le vocabulaire des enfants et des jeunes en leur transmettant à la fois les significations des mots et leurs connotations, notamment celles admises par la collectivité, ce qu'on appelle les connotations socioculturelles, les niveaux de langue par exemple « *Ça, c'est un gros mot !* ». Et si les techniques sont rigoureusement les mêmes, nous ne pourrions éviter de nous poser la question de savoir s'il existe un domaine clairement identifiable de la manipulation.

Les deux autres leviers cités, les leviers d'autorité et de conformité, sont étroitement apparentés. Dans l'un et l'autre cas, le locuteur ne parle pas en son nom. Pour utiliser le levier d'autorité, il cite un expert, une institution. Dans le cas du levier de conformité, l'autorité invoquée est celle de la multitude : tout le monde pense comme ça ou fait comme ça, pourquoi voudriez-vous vous singulariser ?

Ces deux leviers font abondamment appel aux actes de langage indirects, aussi bien en politique que dans la publicité et bien entendu dans la vie quotidienne. Quand un régime totalitaire dispose d'un chef suprême, il est de bon ton de relater par le menu son emploi du temps, le message implicite étant « *admirez-le !* ». Dans les démocraties, on fait appel aux experts, on le voit bien en ce qui concerne le climat. « *Si ce sont les experts qui le disent, alors, c'est vrai* ». Une singularité de la France est d'user et d'abuser des « intellectuels » appelés à émettre des jugements catégoriques dans des domaines où ils ne sont pas plus compétents que le bon peuple, prié implicitement de prendre pour argent comptant ce que disent ces esprits aux talents reconnus dans d'autres domaines. En ce qui concerne la vie familiale, même si l'autorité des parents n'est plus ce qu'elle était, il doit tout de même y avoir peu de familles où l'on n'utilise pas « *Papa a dit...* » ou « *Maman a dit...* » pour faire passer le message implicite : « *Fais ce qu'on te dit* ». Et si l'autorité n'est pas celle de Papa-Maman, c'est celle des nutritionnistes qui disent qu'il faut manger ceci et ne pas manger cela, etc.

Le levier de conformité a été utilisé avant l'invention des sondages, mais ceux-ci rendent de grands services à la politique et à la publicité. Si « 78 % des Français pensent qu'il faut avoir une mutuelle », il faut se demander sérieusement pourquoi on n'y adhérerait pas aussi et si « 30 % des hommes utilisent tel rasoir et 12 % tel autre », l'un des deux est sans doute meilleur que l'autre. Dans le cercle familial, on en est resté à une conception plus fruste de la conformité. Cela n'empêche pas d'en faire un usage intensif dans l'éducation en se référant à un « on » représentatif du bon usage dans la société : « On ne se met pas les doigts dans le nez », « On dit merci », « On fait ses devoirs avant d'aller jouer ». La litanie pourrait être longue.

Tout comme les techniques faisant appel aux connotations, les techniques qui font usage des actes de langage indirects sont utilisées indifféremment dans la vie quotidienne où l'on ne flaire pas la manipulation et dans ces formes de communication réputées manipulatrices. Faut-il en conclure que la manipulation est un mythe, ou à l'inverse que toute communication est manipulation ?

Certains sont séduits par cette seconde hypothèse. À s'en tenir à ce que nous avons vu du fonctionnement du langage, on ne peut pas leur donner complètement tort. Toutefois, je ne suis pas le seul à avoir quelque scrupule à mettre dans le même sac un discours qui conduit à acheter plus de yaourts et un discours qui conduit à un suicide collectif. Revenons à la définition de la manipulation que j'ai affinée au tout début de mon propos : « amener quelqu'un à avoir une opinion ou à faire une action sans lui dire dans quel but ». Nous avons maintenant constaté qu'il n'y a pas de moyen spécifique d'amener la personne à penser ou agir comme ceci ou comme cela. On peut donc être tenté de définir la manipulation par son but et aller vers une définition morale. Il y aurait manipulation quand le langage met ses messages implicites au service du mal. L'ennui est que les objectifs possibles ne se répartissent pas clairement entre le bien et le mal. Pour en revenir à la promotion des yaourts : certains y verront un objectif positif de santé publique, d'autres un objectif beaucoup plus discutable d'augmentation du chiffre d'affaire du fabricant.

Cette différence de réaction des récepteurs est, à mon avis, ce qui nous donne la clé de la délimitation de la manipulation : la manipulation, c'est-à-dire l'émission de messages implicites affectant les opinions et les actions des récepteurs, est effectivement une composante essentielle et « inéliminable » du discours. Elle a un allié, c'est le besoin de confiance qui est en chacun de nous ; elle a un adversaire, qui est la mise en doute des intentions de l'émetteur. Ces deux forces antagonistes ont des points d'équilibre variables selon les individus. La preuve en est les différences d'adhésion des individus à un système totalitaire. Dans l'Allemagne nazie, il y a l'obéissance fanatique de ceux qui crient « Führer befehl, wir gehorchen ! », « Führer, donne tes ordres et nous t'obéirons » ; il y a les réfractaires, qui s'exilent comme Thomas Mann, les résistants de l'intérieur comme Dietrich Bonhoeffer.

Peut-on parler sans manipuler ?

Si l'on replace ces attitudes sur l'axe de l'opposition confiance/doute, l'adhésion totale suppose une paralysie du doute dont il n'appartient pas au linguiste de rechercher la cause. La dissidence, elle, signale que le doute l'emporte sur la confiance.

Entre les deux, il y a une masse imposante de gens plus ou moins lucides, qui ne sont pas tout à fait dupes, ou même pas du tout, mais qui « font avec », comme on dit. Et cette attitude amène à se demander ce qui pousse l'individu à « faire avec », en d'autres termes : s'il y a une limite à la mise en doute des messages reçus.

Pour illustrer la possibilité de la confiance aveugle, j'ai fait appel à un phénomène collectif, au comportement de la société dans un régime totalitaire. Pour montrer maintenant l'impossibilité du doute radical, je prendrai un exemple qui se situe à une échelle beaucoup plus réduite, celle d'un couple dont un des membres m'a raconté il y a bien des années une anecdote peut-être enjolivée, mais en tout cas fort parlante pour notre propos.

Il s'agissait d'un couple de gens bougons, qui se chamaillaient souvent et qui pouvaient alors ne plus se parler pendant des heures, sinon des jours. Pendant une de ces brouilles, le monsieur, au réveil, regarde par la fenêtre et constate que leur voiture n'était plus là. Elle avait été effectivement volée. Il s'exclame donc : « *La voiture n'est plus là !* » et sa femme lui répond sans venir voir « *Tu me dis ça pour me faire causer* ».

De ce bref dialogue nous pouvons tirer deux enseignements. Le premier est qu'en amont de tout contenu du message, le seul fait de rompre le silence est déjà un message dans lequel on peut flairer une manipulation. Le second est que si l'on se méfie de tous les messages reçus, il n'y a plus de communication possible et donc plus de vie sociale.

L'être humain, étant un être social, privilégie spontanément la confiance sur le doute. Il accepte donc les effets des messages implicites qu'il reçoit, il se laisse manipuler. Il se laisse manipuler jusqu'au moment où il se pose la question de l'intention réelle de l'émetteur, l'accepte ou la refuse. Et s'il la refuse, il crie à la manipulation, mais le plus souvent, c'est à lui-même qu'il en fait le reproche « *J'ai été trop crédule* », « *Je me suis fait avoir* ». Et ceci va dans le sens de la thèse que je m'efforce de défendre devant vous, qui est que la manipulation est consubstantielle au langage et que son pouvoir d'influence dépend non pas de l'émetteur mais du récepteur, suivant l'aptitude à la confiance et la capacité de doute de chacun. Cette thèse ne m'est pas personnelle. Je ne fais que rejoindre la position de François Bernard Huyghe, à mon avis un très remarquable analyste des stratégies de manipulation des États et des entreprises : « *Aucune science supposée de la manipulation, ni aucun appareil ne pourrait quoi que ce soit sans nos besoins de communion et de croyance* ».

Que je termine sur une citation n'est évidemment pas anodin. Pourquoi n'y aurait-il pas là-dedans un message implicite ? Ce message, je vous ai préparés à le décrypter en vous parlant du levier d'autorité. J'ai fait appel à un expert pour vous dire que ce que je vous raconte, c'est du sérieux. Je vous ai donc manipulés.

Je me permets d'espérer qu'en montrant ainsi le dessous d'une carte, je ne me suis pas trop approché du seuil où votre confiance ferait place au doute. Si ce devait être le cas, il n'en resterait pas moins que vous m'avez écouté avec attention et je vous en remercie. ■